

**PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP UPAYA PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN UMKM DI BIDANG KULINER**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Silvia Agustina

1900012121

PRODI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP UPAYA PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN UMKM DI BIDANG KULINER**

Diajukan Oleh

SILVIA AGUSTINA

1900012121



Dosen Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Arif Yuniarto".

Arif Sapta Yuniarto S.E.,M.ACC.,AK.,CA., Tanggal Disetujui : 22 Desember 2023

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP UPAYA PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN UMKM DI BIDANG KULINER**

Diajukan Oleh

SILVIA AGUSTINA

1900012121

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan dewan penguji

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Tanggal 22 Desember 2023

yang terdiri dari:



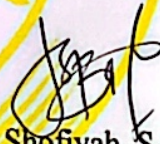
Arif Sapta Yuniarto, S.E., M.Acc., Ak., C.A.

Ketua Penguji



Moch. Imron, S.E., M.Si.

Penguji I



Indah Shofiyah, S.E., M.Sc.

Penguji II



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan



Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIOnR

NIY. 60960144

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP UPAYA PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN UMKM DI BIDANG KULINER** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut diatas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 22 Desember 2023

Yang Menyatakan



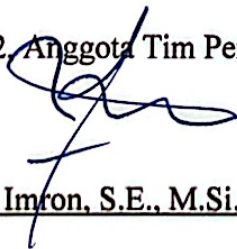
Silvia Agustina

Saksi 1, Ketua Tim Penguji



Arif Sapta Yuniarto, S.E., M.Acc., Ak., C.A.

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Moch. Imron, S.E., M.Si.

Saksi 3, Anggota Tim Penguji



Indah Shofiyah, S.E., M.Sc.

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

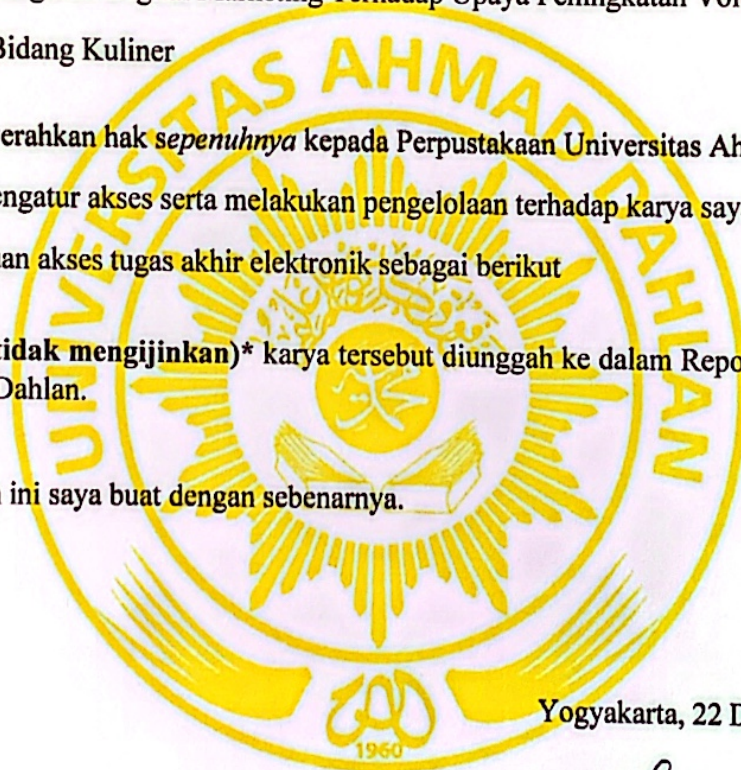
Nama : Silvia Agustina
NIM : 1900012121 Email: silvia1900012121@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Program Studi : Akuntansi

Judul tugas akhir : Pengaruh Digital Marketing Terhadap Upaya Peningkatan Volume Penjualan Umkm Di Bidang Kuliner

Dengan ini saya menyerahkan hak *sepenuhnya* kepada Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut

Saya (mengijinkan/tidak mengijinkan)* karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Yogyakarta, 22 Desember 2023

Silvia Agustina

Mengetahui,

Pembimbing

Arif Sapta Yuniarto S.E.,M.ACC.,AK.,CA.,

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan rahmat Allah SWT yang telah memberikan banyak nikmat serta segala kekuatan sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan sebagai ucapan terimakasih skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua yang paling berjasa di hidup saya, bapak Yudi Harianto dan ibu Solpa Susanti. Orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya untuk menjalani setiap masalah yang saya hadapi di kehidupan sehari-hari. Tidak henti-hentinya mereka memberikan kasih sayang dengan penuh cinta. Terimakasih telah berjuang untuk untuk kehidupan saya berkat doa dan dukungan saya bisa berada pada titik ini. Terakhir, terimakasih sudah mendukung keputusan dan pilihan dalam hidup saya, kalian sangat berarti dan semoga Allah selalu menjaga kalian dalam kebaikan.
2. Kedua adikku Zahra oktariani dan Yosan ilmu saputra yang telah menjadi motivasi saya untuk terus berjuang sampai selesai. Semoga kalian diberikan kesehatan dan umur yang panjang.
3. Untuk nenekku tersayang terimakasih telah memberikan banyak semangat dan dukungan hingga saya bisa mencapai tahap ini.

4. Untuk keponakanku tersayang Delisha Shanum Sabira yang menjadi semangat saya untuk terus berjuang menjalani kehidupan ini.
5. Untuk bibik dan paman yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terimakasih telah memberikan semangat dan dukungannya.
6. Teman-teman seperjuangan di rantauan. Terimakasih telah memberikan semangat dan selalu menemani pada proses penyusunan skripsi.
7. Teman-teman Akuntansi 2019, terkhusus kelas C terimakasih atas kebersamaannya serta dukungannya selama ini.
8. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dan berbagai tekanan diluar tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri

MOTTO

"Jadilah baik. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik." -Q.S

Al Baqarah: 195

"Tidak ada pemberian orang tua yang paling berharga kepada anaknya daripada pendidikan akhlak mulia."

-HR. Bukhari

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP UPAYA PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN UMKM DI BIDANG KULINER “. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan maka dari itu kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan oleh penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Muchlas, M.T. Rektor Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menimba ilmu hingga mendapatkan gelar kesarjanaan.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
3. Ibu Sartini, S.E., M.S.Acc., Ph.D., Ak., CA., selaku ketua program studi Akuntansi
4. Ibu Rintan Nuzul Ainy S. E., M. Sc. Selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya dari awal mulai proses perkuliahan hingga akhir semester

5. Bapak Arif Sapta Yuniarto S.E.,M.ACC.,AK.,CA., selaku Pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan memberi arahan dalam membimbing serta motivasi sehingga skripsi ini dapat selesai.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dan menyalurkan ilmunya selama perkuliahan.
7. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah terlibat dan membantu selama perkuliahan.
8. Kepada pelaku UMKM yang telah membantu Skripsi ini sehingga dapat diselesaikan.
9. Kepada kedua Orang tua saya Bapak Yudi Harianto dan Ibu Solpa Susanti yang selalu mendukung saya dan selalu memberikan motivasi, doa, nasihat dan pengorbanan materilnya selama penulis berkuliah di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ahmad dahlan Yogyakarta..
10. Teman-teman yang telah mendukung, menghibur, dan memberikan nasihat kepada penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, do,a dan semangat.

PeneIiti memohon maaf sebesar-besarnya atas peneIitian yang dilakukan masih jauh dari kata sempurna. Penulis dangat mengharapkan kritik serta saran yang dapat membangun sangatIah diharapkan peneIiti guna dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi banyak pihak.

WassaIamu'alaikum Wr.Wb.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan UMKM di bidang Kuliner kota Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 44 responden. Pengambilan sampel dengan metode convenience sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara menyebar angket dan kuesioner kepada UMKM Kuliner di kota Yogyakarta. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu Uji kualitas data, analisis regresi sederhana dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan UMKM kuliner. Dapat dilihat dari nilai signifikan variabel digital marketing (X) sebesar $0,001 < 0.05$ dan juga diketahui nilai t hitung 13.075 dan untuk nilai t tabel 2.019. yang memiliki arti jika t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kata kunci : digital marketing, volume penjualan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
INTISARI.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Rerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	13
BAB III.....	15
METODE PENELITIAN	15
3.1 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	15
3.2 Jenis Data, Sumber data, dan Teknik Pengambilan Data.....	15

3.3	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	16
3.4	Teknis Analisis Data	17
BAB IV	22
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	22
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	22
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	23
4.3	Hasil Penelitian dan Analisis	27
4.4	Pembahasan	33
BAB V	35
PENUTUP	35
5.1	Kesimpulan	35
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	35
5.3	Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Penyebaran Kuesioner	22
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	23
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha.....	24
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	25
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan UMKM.....	26
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Digital Marketing Yang Digunakan	27
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas	28
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Reliabilitas	30
Tabel 4.9. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
Tabel 4.10. Uji t atau Uji Persial.....	32
Tabel 4.11. Hasil Uji Koefisien Determinasi(R²)	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rerangka Pemikiran.....	13
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner	39
Lampiran 2 Tabulasi Variabel Penelitian	42
Lampiran 3 Hasil Uji Menggunakan SPSS	45